

Сергей Потапов

**Телефонных продаж не
бывает, но они
работают**



Сергей В. Потапов
**Телефонных продаж не
бывает, но они работают**

*Текст предоставлен правообладателем «Научная книга»
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=167131*

Содержание

Важность расстановки сил	6
Конец ознакомительного фрагмента.	7

Сергей Потапов

Телефонных продаж не бывает, но они работают!

Некоторые гуру менеджмента считают, что «телефонных продаж не бывает». Вот и Том Хопкинс¹, например, полагает, что «пятый шаг телефонной продажи – это встреча». То есть телефонным продажам придается сугубо вспомогательное значение по отношению к личным. И тому есть причины. Все их знают.

Во время телефонных продаж мы не видим лицо клиента, не можем читать язык его тела. То есть подавляющая часть его невербальных сигналов для нас недоступна – за исключением тех, что связаны с голосом. Соответственно, мы действуем вслепую, говоря шахматным языком. Настолько и эффективны.

Ну и остальное: телефонный разговор клиенту легко не начинать («скажите, меня нет и не будет»), легко оборвать, по телефону легче отказывать. В общем, трудное дело для звонящего, ювелирная работа. Значит, требования к мастерству возрастают. Это вам не товар за прилавком отпускать с кислой миной.

¹ Том Хопкинс (2000) «Умение продавать», серия «Для чайников», «Диалектика»

Конечно, хочется знать некий чудодейственный способ, который решит все проблемы. Но его нет. И это хорошо, иначе бы им все пользовались, а вы не имели никакого конкурентного преимущества. В телефонных продажах надо уметь «играть на всем рояле», а не одной самой громкой клавише. Изучим же элементы мастерства.

Важность расстановки сил

У всех звонков, которые приходят в офис, разная судьба. От чего это зависит? Начнем, что называется, с азов. Вот классическая информационная модель Shannon и Weaver.



Рис.1. Информационная модель SMCR²

Итак, отправитель. Кто у нас отправитель? Звонящий? Менеджер по продажам? Давайте поглядим на этот вопрос шире. Со стороны нашего клиента.

Итак, секретарь, допустим – Вера, вызывает вас по внутренней связи, а вы еще толком и не проснулись, хотя уже 10 минут, как на работе.

² Shannon, C. and Weaver, W. (1949) The Mathematical Theory of Communication, Urbana, University of Illinois Press.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.